

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan proses perancangan dan pelaksanaan dalam meningkatkan *brand equity* CV KeMANGI Semarang, serta hasil implementasi di lapangan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi visual dalam bentuk video *company profile* mampu meningkatkan *brand equity* CV KeMANGI Semarang. Video berdurasi ± 5 menit berfungsi efektif sebagai media komunikasi eksternal yang memperkenalkan profil perusahaan, produk, layanan, serta nilai-nilai perusahaan secara jelas, konsisten, dan menarik.
2. Proses produksi yang dilakukan melalui tiga tahap utama pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi berjalan sesuai rencana dengan koordinasi yang baik. Hal ini memastikan hasil karya terstruktur, komunikatif, dan sesuai tujuan komunikasi.
3. Visualisasi yang ditampilkan dalam video mencakup kegiatan di kantor, proses produksi berbasis mangrove, serta dokumentasi lapangan, sehingga memperkuat identitas CV KeMANGI di mata publik sekaligus menegaskan peran strategisnya sebagai perusahaan sosial-lingkungan.
4. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman publik mengenai identitas dan kontribusi CV KeMANGI. Hal ini tercermin dari keterlibatan audiens di platform digital, respon berupa partisipasi dalam program Adopsi Mangrove, serta munculnya pembeli baru produk mangrove.
5. Dengan demikian, strategi komunikasi visual melalui video *company profile* terbukti efektif untuk membangun citra positif dan memperkuat brand equity CV KeMANGI, menjawab kebutuhan perusahaan dalam memperluas jangkauan informasi sekaligus meningkatkan kepercayaan publik dan mitra potensial.

5.2 Saran

Dalam pembuatan karya, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam hasil video *company profile* yang telah dibuat. Dengan demikian, penulis memberikan beberapa saran yaitu:

1. Memanfaatkan video *company profile* sebagai materi presentasi pada forum bisnis, pameran, dan pertemuan dengan calon mitra. Video *company profile* dapat digunakan sebagai pembuka atau pendamping presentasi ketika CV KeMANGI mengikuti forum bisnis, seminar, maupun pameran industri. Dengan menampilkan video, perusahaan dapat memperkenalkan diri secara ringkas namun menyeluruh, memudahkan audiens memahami produk, layanan, serta nilai yang dipegang sebelum memasuki diskusi lebih mendalam.
2. Mengintegrasikan video dengan media promosi lain. Video *company profile* dapat dipadukan dengan brosur digital, katalog produk, atau presentasi perusahaan. Integrasi ini memungkinkan audiens mendapatkan pengalaman informasi yang lebih lengkap dan konsisten. Misalnya, brosur menampilkan detail spesifikasi produk, sementara video memberikan gambaran visual proses produksi dan dampak positif perusahaan. Kombinasi media ini dapat meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran.
3. Bagi mahasiswa proses produksi video *company profile* menunjukkan bahwa membangun komunikasi visual yang efektif membutuhkan perencanaan strategis, keterampilan teknis, serta pemahaman mendalam tentang audiens sasaran. Dengan demikian, mahasiswa dapat belajar bagaimana menggabungkan aspek akademis dan praktis dalam satu kesatuan karya yang bermanfaat.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas kajian *brand equity* dengan indikator yang lebih beragam, menggunakan kombinasi metode kualitatif dan kuantitatif, serta menganalisis performa media digital.